

ские функции личностного неявного знания. : дис. ... канд. филол. наук: специальность 09.00.01. Харьков : Харьковский гос. технический ун-т радиозлектроники, 2001. — 190 с.

7. Степин В. С. Поиск новых ценностей и стратегия развития России // Вестник Российского философского общества. 2000. № 1. С. 8–9.

АКТУАЛИЗАЦИЯ ПАТРИОТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ СРЕДСТВАМИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА

Першина Т. А.

*Уральский федеральный университет имени первого
Президента России Б. Н. Ельцина,
Екатеринбург*

Аннотация: в статье на базе аксиологического подхода рассмотрен процесс актуализации патриотических ценностей. Выделяются выразительные средства графического дизайна (художественный образ, символ, архетип), позволяющие наиболее точно и глубоко выразить патриотические ценности. Автор исходит из гипотезы о том, что поиск ценностно-значимых образов в современной России может про-

исходить на основе находок предшествующих этапов, прежде всего, советского дизайна первой половины XX века.

Annotation: In the article the process of actualization of patriotic values is considered on the basis of the axiological approach. The author defines expressive means of graphic design: artistic image, symbol, archetype, which allow to express patriotic values most accurately and deeply. Hypothesis-ground of research supports the following goal: search of value-significant images in modern Russia can be made on the basis of findings of previous stages, primarily on the basis of Soviet design of the first half of the XX century.

Ключевые слова: дизайн, графический дизайн, патриотизм, патриотические ценности, художественный образ, символ, архетип.

Keywords: design, graphic design, patriotism, patriotic values, artistic image, symbol, archetype.

Актуализация патриотических ценностей является одной из насущных задач современного российского общества. В первую очередь это относится к молодежи. В этом может помочь графический дизайн, реализующий универсальную способность человека проектировать, выражая информацию с помощью графических продуктов – художественного образа, символа, архетипического образа и др.

Патриотизм конкретизируется через ценностные ориентиры, которые недостаточно определены сегодня у молодого поколения.

Активные изменения в культуре и социуме привели к тому, что в последние десятилетия представления молодежи отличаются фрагментарностью и неопределенностью. Образно-смысловая подача в графическом дизайне может сделать восприятие более целостным, влияя на формирование ценностных представлений. В свою очередь, ее изучение возможно на базе аксиологического подхода.

Его сторонники – Л. Н. Столович, М. С. Каган, А. А. Ивин и др. – понимают ценность как результат отношения субъекта к объекту. Согласно Л. Н. Столовичу, ценности «образуются в результате объективного практического взаимоотношения объекта и субъекта, в котором выявляются объективные ценностные значимости объекта для субъекта» [7. С. 91]. М. С. Каган подчеркивает, что «ценность и возникает в объектно-субъектном отношении, не будучи поэтому ни качеством объекта, ни переживанием другого объекта – человека или животного», при этом оценивающий субъект является носителем социальных и культурных качеств, которые определяют сверхиндивидуальное содержание его духовной деятельности [4, С. 67]. Это означает, что, формируя пространство оценивания, определения тех или иных ценностей, мы не только демонстрируем их неоднозначность или иерархичность (о чем говорят данные авторы), но активизируем духовную работу, происходящую в человеке. Такое «пространство оценивания» может создавать и гра-

фический дизайн, в том числе в отношении патриотических ценностей.

По мнению академика Д. С. Лихачева патриотизм есть одна из наиболее значимых ценностей человека: «Патриотизм – благороднейшее из чувств. Это даже не чувство – это важнейшая сторона и личной и общественной культуры духа, когда и весь народ как бы поднимается над самим собой, ставя себе сверхличные цели» [5. С. 209]. Понятие «патриотизм» в отечественной литературе раскрывается, как преданность и любовь к своему отечеству, к своему народу [6]. При этом классификация ценностей позволяет отнести патриотические ценности к практически-духовным, т.е. воплощенным в практику, обязательно подтверждаемым поступками и действиями человека.

Государство осознает важность патриотизма. В государственной программе «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации» сформулирована концепция патриотического воспитания на 2016–20 гг. [12]. Разработанная А. Я. Данилюком, А. М. Кондаковым и В. А. Тишковым «Концепция духовно-нравственного развития и воспитания гражданина России», опирается на базовые национальные ценности, каждая из которых раскрывается в системе нравственных ценностей, одной из которых является патриотизм [3].

В условиях информатизации, глобализации, массовой культуры усиливается популярность обезличенных форм при забвении или транс-

формации национальных традиций. В этом случае актуализовать патриотические ценности способен графический дизайн, использующий художественные образы, национальные символы и архетипы, позволяющие наиболее точно воплотить патриотические ценности. Поиск этих образов в России может происходить как воспроизведение и развитие находок предшествующих этапов, прежде всего, советского дизайна первой половины XX века.

Художественный образ в системе актуализации российских патриотических ценностей

На протяжении всей истории искусства, а позже и дизайна для выражения патриотического чувства использовались художественные образы, обладающие целостностью, эмоциональностью, содержательностью, а потому глубоко воздействующие.

Использование запоминающихся и ярких художественных образов, выражающих патриотические ценности, происходило в годы советской власти на плакатах по социальным и политическим темам. Специфичным для этого периода является использование образов, порождаемых различными художественными стилями, от классики до авангарда. Рост значения плаката как самостоятельного продукта графического дизайна рассмотрен в работе «Пионеры советского дизайна». Автор, С. О. Хан-Магомедов, отмечает, что именно художественные образы помогали «преодолевать сдерживающее влияние традиций и в то же время

сохранять преемственность в развитии предметно-пространственных видов искусства» [9. С. 10]. Это особенно важно для патриотических (и других общечеловеческих) ценностей, которые не могут обновляться слишком часто.

Советские плакаты времен Великой Отечественной войны наполнены чувством единения народа в борьбе с врагом. Визуальным ядром каждого из них становится выразительный художественный образ, вырастающий до масштабов обобщающего символа, – русского солдата, его семьи, его врагов, его родины. Этот символ наделен большим воспитательным потенциалом, обусловленным имажинативной природой образа. Р. Барт в книге «Риторика образа» отмечает, что согласно старинной этимологии, образ, изображение (*image*) происходит от глагола подражать (*imitari*) [2], именно «подражание» данному художественному образу являлось задачей советских солдат. Художественные образы, характерные для определенной национальной культуры, ее мифов и сказок, воспринимаются наиболее целостно и вызывают максимально яркие эмоции у носителей данной культуры.

Но, помимо эмоции, нужно еще и содержательное наполнение продукта графического дизайна. Художественный образ, как это заметил еще Платон, дает знание целого, постижение сути. И. А. Розенсон отмечает, что посредством образного восприятия человек способен получить всю информацию сразу; его особен-

ностью автор называет «одномоментность» его воспроизведения в сознании, совершаемого без посредства логических рассуждений по его поводу» [7. С. 46].

С содержательной точки зрения, в советских плакатах можно выделить такие главные темы, как защита родины и любовь к родине, чувство гордости и боли за страну, сопричастность и единство с народом. Сила их образного ряда такова, что подчиняет себе при восприятии текстовый компонент, приводя зрителя к быстрому и прочному усвоению емких блоков информации.

Например, одним из популярных мотивов в плакатном искусстве был призыв «В атаку!». На плакатах с ним представлены художественные образы легендарных героев, генералов, полководцев (А. Невского, К. Минина, А. В. Суворова, В. И. Чапаева и др.). Выразительность и убедительность образов обеспечивают возникновение у воспринимающего целого комплекса идей, от отождествления себя с героями прошлого до понимания своих возможностей, веры в свои силы (Иллюстрации 1, 2). Именно такой комплекс соответствует уровню патриотических ценностей как практически-духовных, то есть не ограничивающихся только рассуждениями или убеждениями, а требующих активности реализации, соответствующих действий.



Иллюстрация 1. Советский политический плакат «Кто с мечом к нам войдет, от меча и погибнет!» Авторы: И. В. Семенович, О. К. Буровая. 1942.



Иллюстрация 2. Советский политический плакат «Пусть вдохновляет вас в этой войне мужественный образ наших великих предков – Александра Невского, Дмитрия Донского, Кузьмы Минина, Дмитрия Пожарского, Александра Суворова, Михаила Кутузова» Автор П. Алякринский. 1946.

В психологическом плане выразительность образов в советских плакатах достигается путем «дублирования» и «динамичности» об-

разов культуры. Р. Арнхейм в работе «Искусство и визуальное восприятие» показывает, что «выразительность структурной модели, в которой отражается динамичная композиция, заключается в том, что данная модель поражает глаз воспринимающего субъекта в первую очередь – в доминирующей перцептивной модели образа, поэтому реакция представляет собой нечто большее, чем только познание внешнего объекта, так как это модель регистрируется в нервной системе и вызывает соответствующую конфигурацию сил» [1]. Динамичный образ эффективнее, поскольку активно воздействует не только на глаз, но и на психику в целом.

Подытожим главные аспекты художественного образа, отражающего патриотические ценности: 1) такой художественный образ вырастает из истории и культуры данного народа; 2) выразителен, в том числе за счет своей динамики; 3) воспринимается сознанием одномоментно и целостно, в том числе с включением текста, становящегося его неотъемлемой частью. Эти приемы могут использовать современные графические дизайнеры, создавая продукты, направленные на формирование патриотизма. Например, студенческий плакат с конкурса в Н. Новгороде, приводимый на сайте, преднамеренно или интуитивно воспроизводит эти черты (Иллюстрация 3), но текст перегружен, а композиция отличается чрезмерной дробностью, несколько препятствующей восприятию.



Иллюстрация 3. Современный политический плакат. Автор не указан. 2014

Символ в системе актуализации российских патриотических ценностей

Для жанра плаката любой направленности характерно использование символов; дизайнеру важно понимать, что именно действенно в патриотическом плакате с использованием символов.

Понятие символа раскрывает С. С. Аверинцев: «Символ вещи больше самой вещи, шире ее по охвату принадлежащих ему значений. Под символом понимается знак, который обозначает такую обширную область значений, что употребление его включает некоторый культурно-смысловой регистр, большую культурно-смысловую область» [7, С. 176]. Символизм придает продукту дизайна смысловую емкость, а также позволяет соотнести личный и всеобщий планы той или иной ценности («малая» родина изоморфна Родине; «мое» как проекция «всеобщего»). При этом важна понятность, доступность восприятия и интерпретации симво-

ла (Иллюстрация 4). В противном случае он не считается, а значит, не участвует в донесении ценностей до аудитории.



Иллюстрация 4. Victoria resize. Художник В. Чекашов. 2005.

В ряду патриотических ценностей у молодежи одно из первых мест занимают государственные символы, в области графического дизайна – герб, флаг, которые являются гордостью страны и дают общее представление о государственных ценностях и приоритетах. За ними идут символы, показывающие связь с традициями, веру в будущее страны. Стилизованные символы, орнаменты, декоративные элементы российской культуры являются новым графическим языком, выражающим патриотические ценности. Образец такого дизайна представлен в фирменном стиле Олимпиады 2014 г. в городе Сочи. В основу дизайна лег принцип лоскутного одеяла, сочетающего цвета и традиционный орнамент. Целью олимпийского дизайна являлся синтез инноваций и традиции России.

Использование символа как механизма воздействия в дизайне, позволяет наиболее грамотно и полно выявить в графическом дизайне характерные признаки национальной культуры, что для стран находит максимально точное отражение патриотических ценностей в визуальной среде.

Актуализация патриотических ценностей при работе дизайнера с архетипами.

Трансляция архетипических образов существует как глубинный механизм психики и проявляется на поверхности через символические формы, основанные на передаче культурных ценностях, которые способствуют развитию патриотических чувств.

К. Г. Юнг описывает архетип, как определенную структуру, повторяющуюся на протяжении всей истории, при наполнении которой свободно действует творческое воображение. «Соответственно, мы имеем здесь в первую очередь мифологическую фигуру. Подробнее исследовав эти образы, мы обнаружим, что в известном смысле они являются сформулированным итогом огромного типического опыта бесчисленного ряда предков: это, так сказать, психический остаток бесчисленных переживаний одного и того же типа» [11, С. 260].

Если при восприятии визуального образа подключается архетипический уровень, у воспринимающего автоматически усиливаются

все соответствующие данному архетипу эмоциональные реакции и бессознательные ожидания. Поэтому при выборе архетипического образа, важен выбор настроения, стиля, ассоциации и смыслов, которые автор хочет «встроить» в проект дизайна, чтобы сформировать нужные ценности у зрителя.

Продуктивным русским архетипическим образом является «медведь». Образ медведя занимает важное место в духовном и фольклорном наследии народов России. Сохраненные исторической памятью мифы и сказки русского этноса показывают, что их главным героем является хозяин леса – медведь в роли защитника и покровителя.

Еще с начала XX века символическое богатство и дух российской культуры выражаются через архетип медведя. Большое количество карикатур с изображением медведя появлялось в период Первой мировой войны, образ медведя, наделенный человеческими качествами, представлял защитника России от внешних врагов. Д.Е. Цыкалов упоминает тот факт, что подобные изображения медведя впервые встречаются в период «Восточного кризиса» русско-турецкой войны 1877–78 гг. [10]. Архетип медведя в русской культуре поддерживал сильный патриотический дух, формировал у солдат такие качества как целеустремленность, упорство и героическую смелость (Иллюстрация 5 [10. С. 71]).

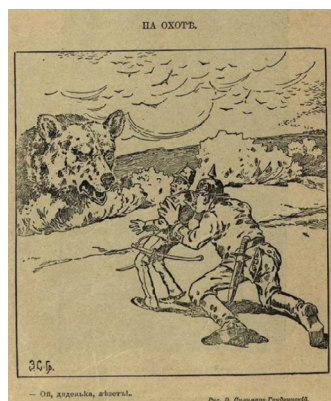


Иллюстрация 5. «На охоте». Художник
Эдмон Адамович Сулиман-Грудзинский. 1914.

В советское время архетип медведя используется художником Виктором Чижиковым в образе «Олимпийского Мишки», ставшим символом Московской Олимпиады в 1980 г. [14]. Образ улыбающегося Мишки, произвел положительное впечатление, поменял отношение к России, как к дружелюбной гостеприимной стране. После Олимпиады-80 он стал ассоциироваться с справедливостью, добром и миром, влияя на имидж страны.

Сегодня образ медведя, используется в качестве эмблемы в партии «Единая Россия». Логотип представляет собой композицию из стилизованного бело-синего силуэта медведя в сочетании с графическим изображением «развевающегося полотнища с полосами равной ширины белого, синего и красного цвета, символизирующего флаг Российской Федерации»

[13]. В таком образе следует обратить внимание помимо применения бессознательного подхода, «встраивание» архетипа, используется цветовая гамма государственного флага, которая проводя параллель с государством, являвшимся защитником порядка, на подсознательном уровне вызывает у человека чувство доверия.

Подводя итоги по образу русского медведя как культурного архетипа, можно сделать следующие выводы: образ укоренился в России народными сказками, мифами и основательно закрепился с глобальными историческими событиями для страны. Со временем настроение и стилевая подача графического образа видоизменяется в зависимости от политической задачи, как на внешней, так и на внутренней арене.

В рамках исследования охарактеризованы основные пути актуализации патриотических ценностей в графическом дизайне. Они могут быть связаны между собой и дополнять друг друга. Продукты, построенные с использованием художественных образов, символов, архетипов, включают в себя эмоциональные, ассоциативные, символические моменты и способствуют актуализации и усвоению патриотических ценностей.

Литература

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. Б. : БГК И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. — 392 с.
2. Барт Р. Избранные работы: Семиотика.

Поэтика. М. : Прогресс, 1994. — 318 с.

3. Данилюк А. Я., Кондаков А. М., Тишков В. А. Концепция духовно-нравственного развития и воспитания гражданина России. М: Просвещение, 2009. — 26 с.

4. Каган М. С. Философская теория ценности. СПб. : ТОО ТК «Петрополис», 1997. 205 с.

5. Лихачев Д. С. Раздумья. М. : Дет. лит., 1991. — 318 с.

6. Ожегов С. И. Толковый словарь. М : Мир и образование, 2015. — 1376 с.

7. Розенсон И. А. Основы теории дизайна: учебник для вузов. СПб. : Питер, 2007. — 200 с.

8. Столович Л. Н. Об общечеловеческих ценностях // Вопросы философии. 2004. № 7.

9. Хан-Магомедов С. О. Пионеры советского дизайна. М.: Галарт, 1995. – 424 с.

10. Цыкалов Д. Е. Образ «русского медведя» в отечественной карикатуре периода Первой Мировой Войны // Лабиринт. 2013. № 4. С. 68–80.

11. Юнг К. Г. Архетип и символ ; пер. с англ. А. М. Рудкевич. М : Ренессанс, 1991.— 300 с.

12. Государственная программа «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016–2020 годы»: постановление Правительства РФ от 30.12.15 № 1493. ГАРАНТ. Информационно-правовой портал. URL:<http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71196398/> (дата обращения: 05.01.2017).

13. Устав Всероссийской политической Партии «Единая Россия» 2016. URL: <https://>

er.ru/party/rules/ (дата обращения: 17.01.17).

14. Интернет-газета «Столетие». URL: http://www.stoletie.ru/kultura/sozdatel_olimpijskogo_mishki_354.htm/ (дата обращения: 14.01.2017).

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ КОНТЕКСТ ФИЛОСОФИИ ОБРАЗОВАНИЯ

Пономарёва Е. В.

Уральский федеральный университет имени первого

Президента России Б. Н. Ельцина,

Екатеринбург

Аннотация: статья посвящена проблемам философии образования.

Abstract: The paper is devoted to to education philosophy problems.

Ключевые слова: воспитание, образование, философское знание, развитие.

Keywords: parenting, education, philosophical knowledge, development.

Термин «философия образования» возник в первой четверти XX века, а становление философии образования, как самостоятельной дисциплины, произошло во второй половине XX века, родоначальником которой является Джон Дьюи.

Прежде всего, она представляет собой совокупность множества методологий, концепций и подходов к анализу всего «образовательного